

ALLEGATO ALLA DELIB. DEL CC.
N. 107 del 11/11/2008

IL SEGRETARIO GENERALE
Dottoressa M. Benedetta Fadda



COMUNE DI SELARGIUS

Provincia di Cagliari

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

INDICE

Art. 1 - Finalità

Art. 2 - Definizioni

Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 4 - Scelta dello sponsor

Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 6 - Clausole di salvaguardia

Art. 7 - Spese contrattuali

Art. 8 - Verifiche e controlli

Art. 9 - Aspetti contabili

Art. 10 - Trattamento e protezione dei dati personali

Art. 11 - Entrata in vigore

Art. 1 – Finalità

Il presente regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge e nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell'Amministrazione comunale alla sponsorizzazione intesa quale opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.

L'attività di sponsorizzazione è diretta, in particolare:

- al recupero di maggiori risorse che consentano di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune;
- alla valorizzazione del patrimonio artistico e culturale;
- alla realizzazione di progetti e all'erogazione di servizi anche a carattere innovativo;
- all'ottimizzazione della spesa.

Inoltre, il ricorso alla sponsorizzazione si conforma ai seguenti principi generali:

1. il perseguimento di interessi pubblici;
2. l'esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata;
3. l'ottimizzazione della spesa, sia attraverso la realizzazione di economie sulle poste iscritte nel bilancio comunale, sia attraverso la realizzazione di progetti, interventi od opere che non trovano copertura finanziaria ordinaria.

Le risorse provenienti dalla sponsorizzazione sono utilizzate, nella percentuale stabilita dalla legge, per l'incentivazione delle risorse umane e della produttività entro i limiti e secondo le modalità stabilite dalla contrattazione collettiva.

Art. 2 - Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

- per contratto di sponsorizzazione, un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a sua volta a fornire un determinato corrispettivo, in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
- per sponsorizzazione, ogni contributo in beni o servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- per sponsor, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- per spazio pubblicitario, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor.

Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione sono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del Piano Esecutivo di Gestione assegnati al dirigente. Nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare, in ogni caso, indirizzi specifici al dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.

Il ricorso alla sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinari, purché ciò non sia lesivo della dignità propria dell'ente pubblico rappresentativo della comunità locale.

Art. 4 - Scelta dello sponsor

L'individuazione dello sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

L'Amministrazione si avvale di tutti gli strumenti comunicativi che, in relazione all'oggetto della sponsorizzazione e alle specificità dell'ambito in cui è proposta, siano più idonei a stimolare l'interesse e l'eventuale confronto tra i potenziali sponsor.

In ogni caso l'Amministrazione deve rendere noti i seguenti elementi essenziali:

1. le principali caratteristiche dell'attività, progetto od iniziativa;
2. l'individuazione dello spazio pubblicitario e la durata del periodo di suo utilizzo da parte dello sponsor;
3. l'eventuale diritto di esclusiva;
4. l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
5. i criteri per la valutazione delle proposte.

Nel caso di proposte concorrenti, l'Amministrazione valuta l'opportunità di favorire co-sponsorizzazioni.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal responsabile del procedimento nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

1. il contenuto, la durata e le modalità di esercizio del diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
2. gli obblighi assunti a carico dello sponsor ivi compresa la prestazione di adeguate garanzie circa la corretta esecuzione del contratto, nonché l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione ed alla veicolazione del messaggio pubblicitario;
3. la definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo;
4. la disciplina dettagliata dell'uso del logo, marchio o segni distintivi da parte dello sponsor nonché dell'attività promozionale dei prodotti, servizi e simili dallo stesso esercitabile;
5. l'eventuale diritto di esclusiva concesso allo sponsor;

6. il divieto di cedere ad altri soggetti lo spazio pubblicitario oggetto del contratto;
7. l'onere delle spese contrattuali;
8. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Le modalità di associazione del nome e del marchio dei soggetti terzi devono presentare caratteri tali da essere coerenti con la natura dell'iniziativa e comunque non lesivi della dignità istituzionale del Comune.

Art. 6 - Clausole di salvaguardia

L'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione o di recedere dal contratto stipulato, qualora:

- ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative o comunque un qualsiasi elemento che possa nuocere al mantenimento della dignità propria di un ente pubblico rappresentativo della comunità locale;
- la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

In ogni caso sono escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, materiale pornografico o a sfondo sessuale, nonché produzione di armi;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 7 - Spese contrattuali

Le spese contrattuali derivanti dalla stipulazione del contratto di sponsorizzazione sono a carico dello sponsor.

Art. 8 - Verifiche e controlli

Il Servizio comunale competente per materia deve effettuare periodiche verifiche sulle sponsorizzazioni al fine di accertare il rispetto del contratto stipulato.

Le eventuali difformità devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 9 - Aspetti contabili

Il Comune emette fattura allo sponsor di importo pari al contributo economico ricevuto. Qualora la sponsorizzazione venga effettuata con lavori, servizi e beni, lo sponsor provvederà a fatturare al Comune l'importo stimato, con il contratto di sponsorizzazione, del valore dei lavori, dei servizi o dei beni. A sua volta il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione. Allo sponsor compete, altresì, il pagamento della somma dovuta per l'imposta sulla pubblicità per insegne e/o cartelli.

Art. 10 - Trattamento e protezione dei dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

Fatta salva la facoltà, in ossequio alle disposizioni vigenti, anche in materia di protezione dei dati personali, di inserire il nome, la ditta, il logo o il marchio dello sponsor all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali, l'Amministrazione si astiene:

1. dal comunicare allo sponsor dati personali dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali dell'ente;
2. dall'inserire **ulteriori** messaggi pubblicitari all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali;
3. dall'utilizzare dati personali per differenziare i messaggi pubblicitari in relazione a caratteristiche dei destinatari delle comunicazioni istituzionali.

Art. 11 - Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione di approvazione.